

**OPTIMALISASI PEMASARAN JERUK SIAM DINAGARI KOTO
TINGGI KECAMATAN GUNUANG OMEH
KABUPATEN LIMA PULUH KOTA**

Wely Nofrita¹⁾, Muhamad Reza²⁾, Yuliesi Purnawati³⁾

¹⁾ Mahasiswa Fakultas Pertanian, Universitas Sumatera Barat

²⁾ Dosen Pembimbing Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat
welynofrita@gmail.com

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “Optimalisasi Pemasaran Jeruk Siam Di Nagari Koto Tinggi”. Penelitian dilakukan di Nagari Koto Tinggi Kecamatan Gunung Omeh. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa daerah tersebut merupakan penghasil jeruk terbanyak di Kabupaten Lima Puluh Kota. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui permasalahan pemasaran jeruk yang di hadapi petani di Nagari Koto Tinggi, untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi pemasaran jeruk, untuk mengetahui strategi yang dapat dilakukan untuk mengoptimalkan pemasaran jeruk di Nagari Koto Tinggi. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kuantitatif. Teknik analisis data yaitu menggunakan matriks efas ifas dan SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa permasalahan – permasalahan yang terdapat dalam pemasaran jeruk siam di Nagari Koto Tinggi Kecamatan Gunuang Omeh yaitu : Kesenabungan produksi, Rendahnya kemampuan tawar menawar, Kurangnya ketersediaan informasi pasar , Kurang jelasnya jaringan pemasaran , Rendahnya kualitas produksi, Rendahnya kualitas SDM. Faktor eksternal yang mempengaruhi pemasaran jeruk siam yaitu: dukungan Pemerintah, dan promosi. Faktor internal yang mempengaruhi pemasaran, yaitu: lokasi, harga jual, ketersediaan bahan baku, pangsa pasar, dan selera masyarakat. Berdasarkan analisis IFAS dan EFAS yang telah dilakukan faktor eksternal dan internal positif yang berarti bahwa lingkungan yang dihadapi secara relatif berpeluang lebih besar dibanding ancamannya. Kekuatan relatif lebih unggul dibandingkan dengan kelemahannya.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, Matriks Efas Ifas

OPTIMIZATION OF THE MARKETING OF ORANGE SIAM IN DINAGARI KOTO TINGGI GUNUANG OMEH SUB-DISTRICT LIMA PULUH KOTA DISTRICT

Wely Nofrita¹⁾, Muhamad Reza²⁾, Yuliesi Purnawati³⁾

¹⁾ Colege Student of the Faculty of Agriculture, Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

²⁾ Supervisor of the Faculty of Agriculture, Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

ABSTRACT

This thesis is entitled "Optimization of Siam Orange Marketing in Nagari Koto Tinggi". The research was conducted in Nagari Koto Tinggi, Gunung Omeh District. The location selection was carried out purposively with the consideration that the area is the largest producer of oranges in Fifty Cities District. The purpose of this research is to find out the orange marketing problems faced by farmers in Nagari Koto Tinggi, to find out what factors influence the marketing of oranges, to find out strategies that can be implemented to optimize marketing of oranges in Nagari Koto Tinggi. The research method used is descriptive quantitative. The data analysis technique is using the Ifas matrix and SWOT. The results showed that the problems in the marketing of Siamese oranges in Nagari Koto Tinggi, Gunuang Omeh District, namely: continuity of production, low bargaining ability, lack of availability of market information, lack of clarity on marketing networks, low quality of production, low quality of human resources. External factors that influence the marketing of Siamese oranges are: government support and promotion. Internal factors that affect marketing, namely: location, selling price, availability of raw materials, market share, and people's tastes. Based on the analysis of IFAS and EFAS that have been carried out positive external and internal factors which means that the environment faced is relatively more likely than the threat. The relative strength is superior compared to the weakness.

Keywords: Marketing Strategy, SWOT Analysis, Efas Ifas Matrix

A.PENDAHULUAN

Latar Belakang

Sektor pertanian banyak memiliki manfaat bagi masyarakat dan Negara selain karena mayoritas masyarakat Indonesia bermata pencarian sebagai petani, komoditas pertanian berpengaruh terhadap status gizi dan kesehatan penduduk terutama melalui produksi tanaman yang dikonsumsi seperti tanaman hortikultura (Apriani, 2019). Komoditas hortikultura mempunyai nilai ekonomis yang tinggi, sehingga usaha agribisnis hortikultura (buah, sayur, florikultura, dan tanaman obat) dapat menjadiser sumber pendapatan bagi masyarakat dan petani baik berskala kecil, menengah maupun besar karena memiliki keunggulan berupa nilai jual yang tinggi, keragaman jenis, ketersediaan sumberdaya lahan dan teknologi, serta potensi serapan pasar di dalam negeri dan internasional yang terus meningkat (Hutagalung, 2020).

Indonesia memiliki potensi yang tinggi dalam keragaman genetik buah jeruk, diantaranya Jeruk Siam, Jeruk Keprok, Jeruk Kasturi, dan Pamelos, serta Jeruk Nipis. Sekitar 70-80% jenis jeruk yang diusahakan petani adalah Jeruk Siam (Hanafi, 2020). Begitu juga Provinsi Sumatera Barat yang di budidayakan oleh petani adalah jeruk Siam (Bps Sumatera Barat, 2021).

Provinsi Sumatera Barat menjadi salah satu daerah penghasil jeruk Siam di Indonesia. Dimana dua tahun terakhir produksi jeruk siam meningkat pada tahun 2019 produksi jeruk sebanyak 1.076.676 ton sedangkan pada tahun 2020 meningkat menjadi 1.450.334. (BPS Sumatera Barat, 2021). Pada Kabupaten Lima Puluh Kota produksi jeruk Siam juga meningkat pada tahun 2019 sebanyak 331.432 ton sedangkan pada tahun 2020 meningkat menjadi 508.419 ton. (BPS Kabupaten Lima Puluh Kota, 2021). Pada Kecamatan Gunuang Omeh produksi jeruk Siam juga mengalami peningkatan yaitu pada tahun 2019 sebanyak 331.442 ton sedangkan pada tahun 2020 mengalami peningkatan sebesar 508.419 ton. (BPS Kecamatan Gunuang Omeh, 2021).

Jeruk Siam merupakan salah satu komoditas hortikultura yang mendapatkan prioritas untuk dikembangkan, karena usahatani jeruk memberikan keuntungan yang tinggi, banyak diminati masyarakat, sebagai komoditas yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi sehingga dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan petani (Diwalga, 2020).

Permasalahan yang di hadapi petani jeruk siam dalam pemasaran hasil panen jeruk siam sampai saat ini masih dijumpai beberapa kendala diantaranya pola saluran pemasaran yang digunakan, besar biaya pemasaran yang di keluarkan, besar margin pemasaran dan kurang banyaknya alternatif tempat menjual hasil panen, di antaranya petani jeruk siam di kecamatan Gunuang Omeh biasa menjual hasil panen mereka kepada pengumpul dan pedagang pengencer (Ariati, ddk 2021).

Pemasaran sebagai proses perencanaan dan pelaksanaan rencana penetapan harga, promosi dan distribusi dari ide-ide, barang-barang dan jasa-jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individual dan organisasional (Dani, 2019). Pemasaran memiliki peran yang penting bagi pertumbuhan ekonomi berupa peluang besar yang menjanjikan untuk dikembangkan karena memiliki tingkat pertumbuhan yang tinggi dibanding dengan kegiatan usaha lain, cukup besarnya jumlah rumah tangga yang

mengusahakan, angka ekspor buah-buahan yang cukup tinggi, pemenuhan gizi masyarakat Indonesia (Putra, 2018).

Berdasarkan penjelasan di atas maka penelitian tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Optimalisasi Pemasaran Jeruk Siam Di Nagari Koto Tinggi Kecamatan Gunuang Omeh Kabupaten Lima Puluh Kota**”. Keuntungan dari penelitian ini yaitu membantu petani dalam mengoptimalkan pemasaran jeruk siam supaya pemasaran jeruk siam lebih terarah

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang didapatkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apa saja permasalahan pemasaran jeruk yang di hadapi petanidi Nagari Koto Tinggi Kecamatan Gunuang Omeh Kabupaten Lima Puluh Kota?
2. Faktor apa saja yang mempengaruhi pemasaran jerukdiNagari Koto Tinggi Kecamatan Gunuang Omeh Kabupaten Lima Puluh Kota?
3. Apa strategi yang dapat dilakukan untuk untuk mengoptimalkan pemasaran jerukdi Nagari Koto Tinggi Kecamatan Gunuang Omeh Kabupaten Lima Puluh Kota?

Tujuan Penelitian

1. Mengetahui permasalahan pemasaran jeruk yang di hadapi petani di Nagari Koto Tinggi Kecamatan Gunuang Omeh Kabupaten Lima Puluh Kota.
2. Mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi pemasaran jerukdi Nagari Koto Tinggi Kecamatan Gunuang Omeh Kabupaten Lima Puluh Kota?
3. Mengetahui strategi yang dapat dilakukan untukmengoptimalkan pemasaran jerukdiNagari Koto Tinggi di Kecamatan Gunuang Omeh Kabupaten Lima Puluh Kota

Mamfaat Penelitian

1. Penelitian ini di harapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenaipemasaran jeruk siam diNagari Koto TinggiKecamatan Gunuang Omeh Kabupaten Lima Puluh Kota
2. Bagi penulis penelitian ini di harapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat dalam mengimplementasikan pengetahuan penulis tentang pemasaran jeruk siam.
3. Sebagai bahan informasi bagi peneliti lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

B.METODELOGI PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode yang di gunakan dalam ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitiannya yaitu deskriptif .Penelitian ini di lakukan kurang lebih selama tiga bulan terhitung dari Juli - September 2022.Tempat penelitian di lakukan di Nagari Koto Tinggi Kecamatan Gunuang Omeh Kabupaten Lima Puluh Kota. Pemilihan tempat ini dilakukan dengan sengaja (*Purposive Sampling*) .

Adapun responden yang di gunakan untuk menjawab tiga buah tujuan dari penelitian ini yaitu pemilik usaha tani jeruk siam di Nagari KototinggiKecamatan Gunuang Omeh Kabupaten Lima Puluh Kota yang berjumlah 30 orang.

Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis data yang di gunakan dalam penelitian ini di kelompokkan berdasarkan sumbernya, yaitu:

1. Data Primer

Ialah data yang di peroleh dari hasil pengisian kuesioner dan wawancara peneliti dengan petani jeruk siam di kecamatan gunuang omeh dengan tujuan mendapatkan informasi akurat terkait penelitian yang dilakukan .

2. Data Sekunder

sekunder merupakan data yang dikumpulkan dari sumber tidak langsung (sumber kedua),umumnya diperoleh melalui badan /dinas/instansi yang bergerak dalam proses pengumpulan data baik instansi pemrinth maupun swasta . Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data:

Kuesioner

Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan secara tertulis yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan di isi oleh responden dengan tujuan mendapatkan informasi terkait penelitian yang dilakukan .

Observasi

Observasi yaitu teknik pengumpulan data dengan mengamati secara langsung dilapangan terkait permasalahan yang ada di dalam penelitian . Menurut Hasanah, (2016) aktivitas mencatat suatu gejala dengan bantuan instrument- instrument dengan merekamnya sesuai dengan variable penelitian.

1.1.Variabel Penelitian

Variable penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari tentang diperoleh informasi tentang hal tersebut dan ditarik kesimpulan (Siyoto dan Sodik , 2015).

Tabel 3. 1 Variabel Penelitian.

No	Tujuan	Variabel	Indikator
1	Permasalahan pemasaran jeruk	(Syahza2013) Masalah –Masalah Pemasaran Jeruk	1.Kesinabungan produksi 2.Rendahnya kemampuan tawar menawar 3.Kurangnya ketersediaan informasi pasar 4.Kurang jelasnya jaringan pemasaran 5.Rendahnya kualitas produksi 6.Rendahnya kualitas SDM
2	Faktor yang mempengaruhi pemasaran	(Nilasari,2014) Faktor Internal	a. Infomasi pasar b. Harga c. Promosi d. Tempat
		(Nilasari,2014) Faktor Eksternal	a. Konsumen b. Pesaing c. Pemerintah d. Masyarakat
3	Mengetahui strategi yang dapat dilakukan untuk mengoptimalkan pemasaran jeruk di Kecamatan Gunuang Omeh Kabupaten Lima Puluh Kota	Swot	a. Kekuatan b. Kelemahan c. Peluang d. Ancaman

Menggunakan matrik EFAS,IFAS yang merupakan metode penyusunan strategi dengan mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*)

teknik analisa yang digunakan menggunakan rumus sebagai berikut:

Bedasarkan analisis matrik SWOT dirumuskan berbagai kemungkinan alternatif strategi pemasaran yang akan digunakan. Kombinasi komponen-komponen SWOT merupakan strategi-strategi yang mendukung pengembangan potensi objek seperti: strategi Strengths Opportunities (SO), Strengths Threats (ST), Weaknesses Opportunities (WO) dan Weaknesses Threats (WT).

C.HASIL DAN PEMBAHASAN

1.1. Kondisi Pemasaran Jeruk Siam

1. Prodak

Produk adalah segala sesuatu yang dapat di tawarkan oleh produsen untuk di perhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau di konsumsi pasar untuk memenuhi kebutuhan pasar yang bersangkutan (Fandy Tjiptono, 2008).

2. Harga

Menurut (Samsul Ramli, 2013) harga merupakan nilai yang relatif yang dimiliki oleh suatu produk atau komoditi, nilai tersebut bukanlah indikator pasti yang menunjukkan besarnya sumber daya yang dibutuhkan untuk menghasilkan komoditi yang menguntungkan.

Tabel 4. 1 Rata- Rata Harga Tiap Saluran

No	Saluran	Harga rata-rata	Keterangan
1	Saluran satu	9.000	6 orang dari 30 responden memilih menggunakan saluran I
2	Saluran dua	12.000	4 orang dari 30 responden memilih menggunakan saluran II
3	Saluran tiga	9.000	20 orang dari 30 responden memilih menggunakan saluran III

Sumber :Data diolah dari kuesioner ,2022

3.Promosi

Promosi adalah semua kegiatan yang dimaksud untuk menyampaikan atau mengkomunikasikan suatu prodak kepada pasar sasaran ,untuk memberi informasi tentang keistimewaan ,keuntungan yang paling penting

4.Tempat .

Menurut Tjiptono (2018)distribusi adalah kegiatan pemasaran yang bertujuan menciptakan nilai tambah prodak melalui fungsi pemasaran dengan menyalurkan ,menyebarkan ,mengirim atau menyampaikan barang dan jasa dari produsen ke konsumen ..

Permasalahan – permasalahan dalam memasarkan jeruk siam

Menurut syahza 2013 masalah utama yang dihadapi pada pemasaran prodak pertanian

1. Kesenabungan produksi
2. Rendahnya kemampuan tawar –menawar
3. Kurang tersedianya informasi pasar .
4. Kurang jelasnya jaringan pemasaran
5. Rendahnya Kualitas Produksi
6. Rendahnya kualitas sumber daya manusia

Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Masalah Pemasaran

No	Permasalahan Pemasaran	Responden 30 orang	Persentase (%)
1	Kesinambungan produksi	22	73%
2	Rendahnya kemampuan tawar menawar	27	90 %
3	Kurangnya ketersediaan informasi pasar	30	100%
4	Kurang jelasnya jaringan pemasaran	28	93 %
5	Rendahnya kualitas produksi	17	56 %
6	Rendahnya kualitas SDM	9	30%

Sumber : Data diolah dari kuesioner 2022

Faktor internal dan Faktor eksternal yang mempengaruhi pemasaran

1. Lingkungan Internal .

a. Kekuatan (*Strength*)

1. Ukuran jeruk yang di hasilkan bervariasi
2. Harga jeruk terjangkau .
3. Pemasaran yang dilakukan sudah berjalan dengan baik
4. Proses pengepakan yang di lakukan sudah baik
5. Rasa jeruk yang di hasilkan manis

b. Kelemahan

1. ketersediaan jeruk belum terkelola dengan baik
2. Tidak menggunakan jasa promosi moderen
3. Proses pengepakan.
4. modal terbatas
5. Jumlah kendaraan operasional yang masih kurang

1. Lingkungan eksternal

Dengan dilakukannya analisis lingkungan eksternal yang bertujuan untuk mngembangkan strategi yang memiliki dari peluang yang dapat memberikan keuntungan bagi ptani jeruk dan dapat mengetahui ancaman yang ada pada pemasaran jeruk siam .Berikut peluang dan ancaman yang di hadapi oleh petani jeruk dalam memasarkan jeruk berdasarkan penelitian di lapangan .

A. Peluang (*opportunity*)

1. Dapat menguasai pasar di daerah payakumbuh dan sekitarnya
2. Mampu bersaing dari segi harga
3. Memiliki pelanggan tetap
4. Tingginya minat masyarakat untuk mengkonsumsi jeruk
5. Kesadaran masyarakat akan manfaat gizi jeruk

B. Ancaman

1. Selera konsumen berubah –ubah
2. Pesaing dari jenis jeruk lain
3. Banyaknya hama dan penyakit
4. Naiknya biaya peptisida
5. Harga tidak mampu bersaing

1.2. Strategi pemasaran

4.6.1. Analisis Swot pemasaran jeruk siam

Memarut Rangkuty, (2013) analisis SWOT diartikan sebagai: "Analisa yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Berdasarkan hasil penelitian, penulis merumuskan beberapa alternatif alternatif strategi pemasaran yang dapat diterapkan. Adapun alternatif-ahernatif tersebut adalah sebagai berikut:

4.13. Analisis SWOT

Strategi SO

Strategi SO adalah memanfaatkan kekuatan yang ada di strategi pemasaran jeruk untuk menarik keuntungan dari peluang. Berdasarkan diatas terdapat beberapa alternatif strategi yaitu :

- Meningkatkan kualitas jeruk agar dapat menguasai pasar dan mampu bersaing dengan jemis jeruk lain dari segi ukuran maupun harga .Harus mampu memanfaatkan peluang yang ada agar bisa mendapatkan keuntungan yang maksimal .
- Mempertahankan kualitas harga agar tetap menjadi pilihan konsumen dan memiliki pelanggan tetap. Jika kualitas dan harga prodak terjangkau maka akan meningkatkan minat beli dari konsumen itu sendiri.
- Meningkatkan kemampuan pemasaran dan citra rasa jeruk agar masyarakat sadar akan manfaat dari gizi jeruk dan tetap mengkonsumsi jeruk. Dengan seiring berkembangnya zaman dan teknologi seharusnya pemasaran sudah bisa memanfaatkan teknologi yang ada saat ini untuk melakukan pemasaran seperti, media sosial agar masyarakat mengetahui manfaat dan gizi yang ada pada jeruk.

1.5.2. Pemilihan strategi pemasaran jeruk siam

Untuk pemilihan strategi di lakukan analisis faktor strategi internal dan eksternal pemasaran jeruk siam . Bertujuan untuk menentukan kondisi pemasaran jeruk . Tujuannya untuk menetapkan strategi yang tepat untuk di terapkan oleh petani dalam memsarkan hasil jeruk mereka berdasarkan kekuatan ,kelemahan ,peluang dan ancaman . Adapun hasil dari analisis IFAS EFAS adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 3 Analisis IFAS Pemasaran Jeruk

No	Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
1	Ukuran jeruk yang di hasilkan bervariasi	0,10	3	0,3
2	Harga jeruk terjangkau	0,09	3	0,27
3	Pemasaran yang dilakukan sudah berjalan dengan baik	0,14	4	0,56
4	Proses pengepakan yang di lakukan sudah baik	0,08	3	0,24
5	Rasa jeruk yang di hasilkan manis	0,15	4	0,6
Kelemahan				
1	Ketersediaan jeruk belum terkelola dengan baik	0,07	3	0,21
2	Tidak menggunakan jasa promosi	0,07	2	0,14
3	prodak murah rusak	0,12	4	0,48
4	modal terbatas	0,10	4	0,4
5	jumlah kendaraan operasional yang masih	0,08	3	0,24

	kurang			
TOTAL		1		3,44

Tabel 4. 4 Analisis EFAS Pemasaran Jeruk

No	Peluang	Bobot	Rating	Skor
1	Dapat menguasai pasar di daerah payakumbuh dan sekitarnya	0,12	3	0,36
2	Mampu bersaing dari segi harga	0,11	3	0,33
3	Memiliki pelanggan tetap	0,10	3	0,3
4	Tingginya minat masyarakat untuk mengkonsumsi jeruk	0,08	2	0,16
5	Kesadaran masyarakat akan manfaat gizi jeruk	0,07	2	0,14
Ancaman				
1	Selera konsumen berubah –ubah	0,09	2	0,18
2	Pesaing dari jenis jeruk lain	0,09	3	0,27
3	Banyaknya hama dan penyakit	0,12	4	0,48
4	Naiknya biaya peptisida	0,13	4	0,52
5	Harga tidak mampu bersaing	0,09	2	0,18
TOTAL		1		2,92

Skor IFAS = 3,44

Skor EFAS = 2,92

Koordinat = (3,44 ; 2,92)

Berdasarkan analisis IFAS EFAS dapat di buat grafis EFAS IFAS pemasaran jeruk sebagai berikut :Dapat di simpulkan bahwa faktor internal dan faktor eksternal positif yang artinya lingkungan yang di hadapi relatif memiliki peluang yang sangat besar di bandingkan dengan ancaman yang di hadapi .Sedangkan kekuatan relatif lebih unggul dari pada kelemahan .Petani harus bisa memanfaatkan peluang yang ada untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal .

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :Permasalahan –permasalahan yang terdapat dalam pemasaran Permasalahan –permasalahan yang terdapat dalam pemasaran jeruk siam di Nagari Koto Tinggi Kecamatan Gunuang Omeh yaitu :Kesinabungan produksi ,Rendahnya kemampuan tawar menawar ,Kurangnya ketersediaan informasi pasar ,Kurang jelasnya jaringan pemasaran ,Rendahnya kualitas produksi ,Rendahnya kualitas SDM

2. Faktor internal yang mempengaruhi pemasaran jeruk siam yaitu: dukungan Pemerintah, promosi.Faktor eksternal yang mempengaruhi pemasaran, yaitu: lokasi, harga jual, ketersediaan bahan baku, pangsa pasar, selera masyarakat.

Berdasarkan analisis IFAS dan EFAS yang telah dilakukan faktor eksternal dan internal positif yang berarti bahwa lingkungan yang dihadapi secara relatif berpeluang lebih besar dibanding ancamannya. Kekuatan relatif lebih unggul dibandingkan dengan kelemahannya.

3. Berdasarkan analisis IFAS dan EFAS yang telah dilakukan faktor eksternal dan internal positif yang berarti bahwa lingkungan yang dihadapi

secara relatif berpeluang lebih besar dibanding ancamannya. Kekuatan relatif lebih unggul dibandingkan dengan kelemahannya..

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Tidak hanya petani pemerintah seharusnya memfasilitasi petani dalam memperoleh akses pasar sehingga petani memiliki banyak pilihan dalam memasarkan produk pertanian untuk mengurangi pemasalahan-permasalahan yang terjadi sehingga kedepannya petani lebih makmur .
2. Dari hasil analisis faktor internal dan eksternal pemasaran jeruk siam , diharapkan bisa mempertahankan kekuatan,memperbaiki kelemahan yang dimiliki dan memanfaatkan peluang tersedia serta menghindari ancaman yang dihadapi untuk perkembangan pemasaran jeruk siam

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana,S.Teneya,I.M.N.Darmawan,D.P.Peranan System Agribisnis Terhadap Keberhasilan Tumpangsari Cabai-Tembakau (Kasus Subak Di Desa Sukawati,Kecamatan Sukawati,Kabupaten Gianyar).*Jurnal.Manajemen Agribisnis*. Vol 5,No.1,Mei.
- Aini,H. 2019. Analisis Strategi Pemasaran Jamur Tiram Di Ud. Kenanga Kecamatan Ampenan Selatan Kota Mataram. [SKRIPSI]. Universitas Muhammadiyah Mataram. Mataram.
- Amelia,I.R. 2019. Optimalisasi Produk Bank Syariah Dalam Menghadapi Digital Banking (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Kota Palopo). [Skripsi]. Institut Agama Islam Negeri (Iain) .Palopo.
- Amelia,W.N. 2017. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Jeruk Pameloma Madu Bageng (Kasus Kelompok Tani DI Desa Bageng, Kecamatan Gembong, Pati). [SKRIPSI]. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Apriani, I. 2019. Analisis Pemasaran Jeruk Lemon Di Desa Sekoci Kecamatan Besitang Kabupaten Langkat [Skripsi]. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Medan..
- Asriani. 2019. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Petani Padi Di Kabupaten Wajo. [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Alaudin Makasar. Makasar
- Atmoko, T.P.H. 2018. Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta.*Jurnal Of Indonesian Tourism, Hospitality And Recreation*. Vol 1, N 2.
- Badan Pusat Statistik , Kecamatan Gunuang Omeh .2021. Kematan Lima Puluh Kota dalam Angka 2021.
- Badan Pusat Statistik, Kabupaten Lima Puluh Kota .2021.Kabupaten Lima Puluh Kota dalam Angka 2021
- Badan Pusat Statistik, Sumatra Barat.2021. Sumatra Barat dalam Anggka 2021.
- Dani, U.M. 2019.Pengaruh Pemasaran Produk Makanan Dan Minuman Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Di Green Cafe 15 A Kota Metro).[skripsi]. Institut Agama Islam Negeri (Iain) Metro
- Dayat,M. 2019. Strategi Pemasaran Dan Optimalisasi Bauran Pemasaran Dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan. *Jurnal Mu'allim* Vol 1 No 2.
- Diwalga,F. 2020. Analisis Saluran Dan Margin Pemasaran Usahatani Jeruk Siam (Citrus Nobilis Tour) Di Desa Arisan Gading Kecamatan Indralaya Selatan Kabupaten Ogan Ilir.[Skripsi]. Universitas Sriwijaya.